

Estudio de mercado para la comercialización de productos amigables con el medio ambiente elaborados a partir del cuero vegetal obtenido del procesamiento de la hoja de la piña. en la ciudad de Yopal- Casanare.

Yeimy Rodríguez García.

Vanessa Orozco Durango.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN.

Administración de Empresas.

2021

Estudio de mercado para la comercialización de productos amigables con el medio ambiente elaborados a partir del cuero vegetal obtenido del procesamiento de la hoja de la piña en la ciudad de Yopal- Casanare.

Yeimy Rodríguez García.

Vanessa Orozco Durango.

Trabajo para optar el Título de Administrador de Empresas.

Director:

Luis Eduardo Álvarez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN.

Administración de Empresas.

2021

Dedicatoria

Queremos dedicar este proyecto a Dios por ser el autor de nuestras vidas y a nuestras familias por siempre ser nuestro mayor apoyo y no dudar de nosotras ni en tiempos difíciles, les agradecemos por su voz de aliento, por su confianza y por el amor que nos brindaron a lo largo de este proceso, esos fueron los insumos que nos proporcionaron la fuerza para continuar y creer que si era posible. A nuestras madres, quienes se desvelaron a nuestro lado demostrándonos su entrega y nos ofrecían onces en tiempos de angustia para eliminar pensamientos negativos que nos querían invadir.

Dedicamos cada esfuerzo a nuestros hijos que son nuestra principal motivación, por ellos recuperábamos las fuerzas cuando íbamos en caída y nos hacíamos invencibles, gracias a su existencia comprendimos que, si es posible luchar por cumplir nuestras metas y que debemos esmerarnos para tener un futuro mejor, que vale la pena soñarlo y que para alcanzarlo se debe trabajar con esfuerzo y dedicación.

Este proyecto de investigación representa momentos de crecimiento, desafíos y nuevos logros, por ello que agradezco a todas las personas que nos brindaron su apoyo para que este proceso culminara satisfactoriamente.

Agradecimientos

Estamos agradecidas con Dios y con la vida por habernos permitido sacar adelante este proyecto y cumplir con el último paso que nos faltaba para lograr obtener nuestro título profesional, por habernos dado la fuerza para no desistir y la sabiduría para reponernos de la adversidad.

Agradecemos a nuestras familias por darnos la fuerza necesaria para cumplir con este proyecto y vencer los diferentes retos que se nos interpusieron a lo largo de cada proceso, agradecemos por sus oraciones, apoyo constante y buenos deseos que siempre nos profesaron, sabemos que en sus ojos reflejan el amor y la admiración que sienten por nosotras.

También le queremos agradecer a la UNAD por la modalidad de trabajo a distancia y los diferentes tutores que se esforzaron por hacer que sus estudiantes no se rindieran y logaran ver en esta modalidad la oportunidad que necesitaban para cumplir su sueño y no el obstáculo que se interponía para alejarlos de él.

Resumen

Este proyecto de investigación consiste en realizar un diagnóstico que permita apreciar la percepción de las mujeres que habitan en la ciudad de Yopal frente al uso de bolsos elaborados con material ecológico, haciendo énfasis en los bolsos fabricados con cuero vegetal que se extrae de la hoja de la piña.

Estos bolsos son productos que actualmente están siendo comercializados en el mercado extranjero y han sido importados para ferias de moda como Bogotá Fashion Week y Cali Exposhow. Su principal promotor es Carmen Hijosa fundadora de la empresa Piñatex; por tanto, la idea de la investigación es conocer mediante la aplicación de instrumentos para la recolección de la información (encuestas) y visitas a una población ya especificada si en la ciudad de Yopal. Se espera que este tipo de bolsos tenga buena aceptación, teniendo en cuenta que además de aportar a la moda del atuendo, también son amigables con el medio ambiente.

De esta forma se busca conocer la aceptación de los clientes potenciales para evaluar si es viable para nuestra ciudad impulsar este tipo de proyectos, teniendo en cuenta que el departamento del Casanare es un gran cultivador de piña y este recurso no está siendo aprovechado y se podría incorporar en el mercado.

Por tanto, es determinante poder realizar un estudio de mercado que permita precisar, indagar y obtener información veraz y oportuna sobre los gustos e intereses de los consumidores, para ello es indispensable recopilar datos mediante la aplicación de unas encuestas, estudios de bases de datos y estudios estadísticos con el fin de identificar el nivel de aceptación frente a las necesidades que existen en el mercado.

Teniendo clara la priorización de las actividades con base en la metodología de investigación cualitativa y cuantitativa, se incluye esta información organizada en un cronograma con el objetivo de aterrizar este estudio de mercado en periodos de tiempo cortos, que permitan su ejecución, seguimiento y control de modo que en un lapso no mayor a dos meses cada uno de los integrantes del equipo de investigación registre las actividades de forma semanal y así determinar bajo diversos criterios y de forma documentada la percepción que tienen las mujeres sobre los bolsos elaborados a base de cuero vegetal de la hoja de piña.

Palabras Claves: Sostenibilidad ambiental, calidad de vida, percepción, comercialización, producción.

Abstract

This research project consists of making a diagnosis that allows us to appreciate the perception of the inhabitants of the city of Yopal regarding the use of bags made with ecological material, with emphasis on bags made with vegetable leather that is extracted from the pineapple leaf.

These bags are products that are currently being commercialized in the foreign market and have been imported for fashion fairs such as Bogotá Fashion Week and Cali Exposhow. Its main promoter is Carmen Hijosa, founder of the piñatex company; Therefore, the idea of the research is to know through surveys and visits to a population already specified if these bags would have good acceptance in the city of Yopal, considering that in addition to adding fashion to the outfit, they are also friendly to the environment ambient.

In this way, we seek to know the acceptance of potential customers to evaluate whether it is feasible for our city to promote this type of projects, considering that the department of Casanare is a large pineapple grower, and this resource is not being used and could incorporate into the market.

Therefore, it is essential to be able to carry out a market study that allows to specify, inquire and obtain truthful and timely information on the tastes and interests of consumers, for this it is essential to collect data with surveys, database studies and statistical studies with the in order to identify the level of acceptance against the needs that exist in the market.

Having clear the prioritization of activities based on the aforementioned research methodology, this information is included organized in a schedule with the aim of landing this market study in short periods of time that ends its execution, monitoring and control so that a For a period of no more than two months, each of the members of the research team record the activities on a

weekly basis with the aim of landing this study and thus determine, under various criteria and in a documented way, the perception that women have about the bags made based on leather made from pineapple leaf.

Key words: Environmental sustainability, quality of life, perception, commercialization, production

Contenido

Lista de tablas	11
Lista de figuras.....	12
Lista de anexos.....	13
Introducción	14
Descripción del problema	15
Formulación del problema	18
Objetivos de la investigación	19
Objetivo general:	19
Objetivos específicos:	19
Justificación	20
Marco teórico	23
Marco conceptual.....	29
Comercialización	34
Producto	34
Plaza.....	35
Promoción.....	36
Diseño metodológico	37
Técnicas e Instrumentos para la recolección de la información:	37
Fases de la investigación	37
Tipo de muestreo	38

Tamaño de muestra.	38
Desarrollo de cada objetivo	42
Contextualizar el tema de los productos elaborados a partir del cuero vegetal extraído de las hojas residuales de los cultivos de piña	42
• Análisis de la competencia directa que existe actualmente para los productos elaborados a partir del cuero vegetal.....	46
• Conocer el nivel de aceptación y demanda por parte de la población segmento de estudio. Frente a la adquisición de productos elaborados a partir del cuero vegetal.	48
Recomendaciones	51
Conclusiones	52
Bibliografía	53
Anexos	58

Lista de tablas

Tabla 1. Cantidad de Animales utilizados para confección.	17
Tabla 2. Población de Yopal.	39
Tabla 3. Población de la cabecera de Yopal	39
Tabla 4 Cuadro comparativo.....	46

Lista de figuras

Ilustración 1. Ciclo de vida del cuero vegetal.....	27
Ilustración 2 Pasos un correcto análisis de mercado.....	33
Ilustración 3 Estrategias de distribución	35
Ilustración 4. Mapa de la Ciudad de Yopal.....	38
Ilustración 5 Economía circular	43
Ilustración 6 Zapatos a base de cuero de hoja de la piña	44
Ilustración 7 Bolso a base de cuero de hoja de la piña	44
Ilustración 8 Ropa a base de cuero de hoja de la piña	45
Ilustración 9 Mobiliario a base de cuero de hoja de la piña.....	45

Lista de anexos

Anexo A. 5° Pregunta.	48
Anexo B. 7° Pregunta.	49
Anexo C. Encuesta.	58
Anexo D. Gráfico de las edades de las Mujeres de Yopal encuestadas.	61
Anexo E. 1° Pregunta.	61
Anexo F. 2° Pregunta.	62
Anexo G. 3° Pregunta.	62
Anexo H. 4° Pregunta.	63
Anexo I. 5° Pregunta.	63
Anexo J. 6° Pregunta.	63
Anexo K. 7° Pregunta.	64
Anexo L. 8° Pregunta.	64
Anexo M. 9° Pregunta.	65
Anexo N. 10° Pregunta.	65

Introducción

Con el pasar de los tiempos se han encontrado diversos recursos que pueden reemplazar el cuero animal por materiales más amigables con el medio ambiente, se ha evidenciado que todo es posible cuando se exploran los diferentes recursos que nos ofrece el medio ambiente y más aquellos que se consideran desechos.

Hoy en día la mayoría de las empresas quieren ser sostenibles en todos los aspectos que demanda el mercado, uno de los más importantes es la innovación en sostenibilidad ambiental, por tanto, con este diagnóstico se quiere mostrar qué percepción tienen las mujeres de una población en específico sobre la posibilidad de adquirir un producto en el mercado que no cree afectaciones al medio ambiente.

Con el uso del cuero de la hoja de la piña las diferentes empresas en el mundo encargadas de fomentar este tipo de cuero, buscan una fuente de ingreso para diversos sectores, tanto los productores como los emprendedores que quieren que esos desechos que se dejan al momento de recoger la cosecha sean reutilizados y así mismo sacar un beneficio económico por medio de una idea de negocio que en vez de quitarle algo al ambiente le aporte un grado de tranquilidad y sostenibilidad al saber que se está ayudando a evitar la caza de animales para el uso comercial.

Se tiene claro que la sociedad va avanzando a pasos agigantados y de igual manera el medio ambiente va sufriendo afectaciones por la misma constante, es conocimiento general que se podría disminuir la contaminación medioambiental generando un producto amigable con la naturaleza utilizando productos biodegradables y procesos que requieren de una cantidad menor de la explotación animal con lo cual al mismo tiempo también se conseguiría mejorar la calidad de vida de las personas que forman parte de la producción. La importancia de realizar un estudio a partir de esta fibra radica en la innovación de nuevos productos en el mundo textil cambiante.

Descripción del problema

Para describir la problemática que nos llevó a realizar este estudio de mercado resulta importante conocer la capacidad de materia prima con la que actualmente cuenta el departamento en materia de PLANTAS DE PIÑA CULTIVADAS. En el departamento del Casanare se genera una gran producción de piña, podemos decir que de los 19 (diecinueve) municipios que tiene el departamento la mitad son cultivadores de este fruto; (Sabanalarga, Villanueva, Monterrey, Tauramena, Aguazul, Yopal, Hato Corozal, Paz de Ariporo y Pore). Sin embargo, en los municipios que se está generando la mayor producción es en: Villanueva con 34,6 %, Tauramena con 26,9 %, Yopal con 9,8% y Aguazul con 7,5 %, esto según las evaluaciones agropecuarias municipales del ministerio de agricultura y desarrollo rural. También resulta importante mencionar que los departamentos del Meta, Arauca y Casanare cuentan con un área sembrada de 5.760 hectáreas (Minagricultura, 2018).

Luego de este preámbulo vamos a analizar la siguiente información, en una hectárea se siembran 22.000 plantas, que luego de su cosecha se convierten en desechos, porque hasta el momento solo es posible comercializar el fruto, lo cual significa que en el departamento de Casanare si cuenta con materia prima suficiente para impulsar este proyecto y lograr incorporar la hoja de la piña como componente principal en la elaboración de cuero vegetal extraído de esta planta tropical, logrando así innovar en el mercado al ofrecer bolsos fabricados con cuero vegetal como alternativa sostenible frente al cuero animal.

Para ello se necesita obtener información veraz y oportuna sobre los gustos e intereses de los consumidores y la mejor forma de hacerlo es mediante un diagnóstico que permita conocer la percepción y nivel de aceptación de las mujeres que habitan en la ciudad de Yopal frente al uso de bolsos elaborados con material ecológico o cuero vegetal.

Con la elaboración de este diagnóstico también se busca darle a conocer una nueva alternativa en temas de materia prima a la industria de la marroquinería, pues el cuero vegetal es una excelente opción para mitigar el uso del cuero animal. Pues para nadie es un secreto que esta práctica genera consecuencias en el ecosistema y en el medio ambiente porque las curtiembres generan desechos durante su proceso de curtido llamado aguas servidas o agua residual y también producen emisiones gaseosas provenientes de la separación del amoníaco y las calderas lo cual genera graves problemas de contaminación al no realizar un tratamiento adecuado.

El comercio de cuero animal también genera un gran impacto en la fauna, pues es una de las principales causas de la caza indiscriminada de animales para lograr obtener cuero para la industria; una de las principales consecuencias de la caza furtiva es la extinción de numerosas especies animales, lo cual trae consigo importantes y gravísimos cambios en el ecosistema. Sin ir más lejos, esta desaparición de fauna salvaje altera de forma considerable la calidad del agua, dando lugar a la aparición de bacterias perjudiciales para la salud. (Diario Veterinario, 2019).

Según las asociaciones que luchan por los derechos de los animales, 20 millones de animales son capturados por año con trampas y 40 millones son criados en granjas para un lujo innecesario. Como ejemplo, para la confección de un chaquetón o abrigo de piel el número de animales utilizados oscila entre:

Tabla 1. Cantidad de Animales utilizados para confección.

Cantidad	Especie
10 - 20	Zorros
27 - 40	Mapaches
12 - 15	Linces
60 - 80	Visones
60 – 200	Ardillas
50 – 60	Martas
30 -200	Chinchillas

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de especies animales utilizadas en la confección de productos textiles o marroquinería

Fuente Diario Veterinario, 2019: <https://www.diarioveterinario.com/t/1589782/consecuencias-caza-furtiva-fauna-salvaje>

La demanda de pieles "finas" es el detonante que desencadena el recorrido de sufrimiento y muerte de millones de animales, por el único motivo de complacer un capricho y una vanidad sustentada exclusivamente en la crueldad. (ASOCIACIÓN DEFENSA DERECHOS ANIMAL ONG ADDA, s.f., pág. 1).

Gracias a las nuevas investigaciones, pero, sobre todo, a una conciencia global sobre utilizar nuevas alternativas ecológicas más amigables con los animales y el medio ambiente, han surgido una multitud de empresas que empiezan a fabricar sus diferentes productos con cuero vegetal. Las opciones parecen infinitas ya que se están usando todo tipo de materiales naturales para fabricar pieles vegetales, desde papel a restos de frutas. Así se podrá disfrutar de un material con todas las propiedades del cuero, pero libre de maltrato animal, ecológico y biodegradable. (intersynergia, 2019, pág. 1)

Hoy en día el principal enfoque de las empresas es lograr una sostenibilidad ambiental, contribuyendo en la preservación de los ecosistemas, por tanto, la idea de realizar este estudio de

mercado es identificar la factibilidad que tiene esta iniciativa en la población específica (Mujeres de la ciudad de Yopal en edades entre los 25 y 50 años, pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6) para adquirir bolsos a base del cuero extraído de la hoja de la piña.

Formulación del problema

¿Cuáles serían los niveles de percepción y aceptación que tiene las mujeres de la ciudad de Yopal frente a la comercialización de bolsos elaborados a base de cuero vegetal extraído de la hoja de piña, teniendo en cuenta la gran cantidad de cultivos existentes en la región que proporcionan esta materia prima?

Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Realizar un estudio de mercado para la comercialización de productos amigables con el medio ambiente elaborados a partir del cuero vegetal obtenido del procesamiento de la hoja de la piña, en la ciudad de Yopal Casanare.

Objetivos específicos:

Analizar la competencia directa que existe actualmente para los productos elaborados a partir del cuero vegetal

Distinguir el nivel de aceptación y demanda por parte de la población segmento de estudio. Frente a la adquisición de productos elaborados a partir del cuero vegetal.

Identificar el precio promedio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por adquirir este tipo de bolsos.

Justificación

Este proyecto de investigación busca identificar la percepción de las mujeres en la ciudad de Yopal frente a productos que han sido desarrollados en otros países y que promueven el uso responsable de los recursos. Por tanto, como estudiantes de Administración de empresas se considera relevante investigar y profundizar en la idea de negocio que impulso la doctora Carmen Hijosa fundadora de la empresa Piñatex, quien al ver la cantidad de hoja de piña que era desaprovechada en Filipinas logro innovar en un proceso industrial para convertirla en cuero vegetal y así lograr fabricar bolsos, carteras y zapatos.

Esta idea resulta bastante interesante para la comunidad de Yopal debido a que a lo largo y ancho del departamento este fruto tropical es cultivado y durante los tiempos de cosecha los agricultores venden sus cultivos, pero la hoja de piña es desechada para lograr preparar la tierra para la nueva siembra, en el departamento del Casanare no se le está sacando ninguna utilidad, es una materia prima menospreciada que si luego de este estudio se considera que tiene oportunidad en el mercado se podría incorporar y los principales beneficiarios serian, el medio ambiente y los campesinos al recibir un ingreso extra por vender la hoja de piña.

Principalmente se busca es diseñar un estudio de mercado que permita determinar la factibilidad y el apoyo de la comunidad frente al uso de este tipo de productos, pues este territorio cuenta con una gran cantidad de terreno apto para el cultivo de piña y en la actualidad tiene la mayor área sembrada alcanzando las 450 hectáreas de cultivo establecidas, según lo afirma el presidente ejecutivo de la cámara de comercio de Casanare Carlos Rojas Arenas al mencionar los municipios de Tauramena, Aguazul, Villanueva y Yopal. Sin embargo, estas mismas 450 hectáreas están compuestas por miles de plantas (los cultivos de piña se siembran con una distancia de 25-30 cm entre cada planta, logrando incorporar entre 27.000 a 30.000

plantas por hectárea); lo que nos lleva a afirmar que por cada cosecha de piña se está desaprovechando una gran cantidad de hoja que podría ser procesada para obtener el subproducto cuero vegetal y retomar la idea de la Dr. Hijosa quien creo la empresa Piñatex a partir del análisis de la perdida de hoja de piña en Filipinas, coincidiendo con la situación que se presenta en el municipio de Yopal.

Partiendo de esta información consideramos determinante conocer que piensan las mujeres de la ciudad de Yopal frente a la idea de adquirir un bolso fabricado con cuero vegetal extraído de la hoja de la piña, cual es el costo que estarían dispuestas a pagar por incluir un producto de tal trascendencia dentro de su ajuar, que nivel de aceptación puede llegar a tener este tipo de producto en el mercado según la percepción individual de cada encuestado, Cual es la vida útil esperada a partir de la adquisición del producto, cual es el tipo de bolso ideal de acuerdo a la personalidad de cada mujer y por ultimo pero no menos importante saber si las mujeres de la ciudad de Yopal estarían dispuestas a dejar de lado las marcas tradicionales y de gran trayectoria por aportarle a un producto que busca generar un impacto ecológico importante para la ciudad.

La investigación se llevará a cabo bajo la línea de investigación de Desarrollo Sostenible y Competitividad donde se trabajará sobre la sublínea de Emprendimiento Social y Solidario, lo cual reglamenta las macro-líneas y sublínea de investigación de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Por tal motivo, la razón principal de llevar a cabo este estudio de mercado basado en la línea de investigación de Desarrollo Sostenible y Competitividad radica en la necesidad de incorporar en el mercado productos amigables con el medio ambiente que aporten crecimiento sin impactar la sostenibilidad ambiental y al mismo tiempo genere un impacto positivo en el

entorno regional, para lo cual es indispensable conocer la percepción del consumidor y lograr determinar la viabilidad que puede tener un producto de dichas características si se llega a incorporar dentro del mercado local en la ciudad de Yopal Casanare.

Teniendo claro el enfoque del proyecto se resalta la sub-línea de investigación donde el emprendimiento social persigue la mejora del planeta y la constitución de una sociedad más justa al dar a conocer una alternativa responsable que busca conocer la percepción de los consumidores frente al uso de bolsos fabricados a base de cuero animal vs bolsos elaborados con cuero vegetal.

Marco teórico

Antecedentes.

Proyectos desarrollados con temas relacionados.

1. Diseño de una planta de producción de un producto sustituto del cuero elaborado a base de fibras de piña. (Preciado Barrantes & Díaz Fonseca, 2019)

En este proyecto los estudiantes identifican la necesidad que presenta la industria manufacturera en la ciudad de Bogotá, debido a la decisión que tomo la secretaria de ambiente del distrito al cerrar 277 curtiembres debido a la contaminación en el medio ambiente que se estaba generando, sin embargo, también es importante crear nuevas alternativas que permitan sustituir el cuero animal y así lograr subsanar la afectación que se le está ocasionando a la oferta y la demanda en la marroquinería. En este proyecto se evidencia la importancia que tiene para el medio ambiente impulsar esta clase de iniciativas, lo que indica que el resultado fue favorable.

2. Análisis financiero para la elaboración y comercialización de prendas a base de desechos de piña en milagro, guayas. (Ayala Mite & Zúñiga Mite, 2017)

Estos estudios permiten apreciar el gran apoyo que los seres humanos le están brindando a los productos fabricados con enfoque ecológico y medioambiental,

Se puede concluir con un resultado ampliamente satisfactorio desde los puntos de vista financiero, ético y ecológico, también resulta importante mencionar que las hojas que componen la planta de la piña es un recurso que permite ofrecer calidad luego de ser sometida a un proceso industrial que claramente ya está siendo identificado por diferentes investigadores.

Cuero Animal

La palabra cuero proviene del latín *curium* que significa piel de los animales. El cuero es el pellejo que cubre la carne de los animales después del curtido. Cuando el animal ya fallece extraen la piel, antes de extraerle la carne de forma en que su pellejo no sea maltratado y se pueda comercializar.

La fabricación del cuero consiste en un tratamiento completo de eliminación de: Agua mediante tratamiento con sal, para su conservación. El procedimiento es muy largo y dura lo menos 70 días.

Esta operación se lleva a cabo con dos fines principales: impedir la putrefacción del cuero y mejorar su apariencia y propiedades físicas, asegurando la estabilidad química y biológica del mismo. Este proceso puede efectuarse utilizando curtientes vegetales o sales de cromo. El curtido vegetal, se aplica en particular a las pieles de los bovinos destinadas a la producción de cueros para suelas de calzado. El curtido mineral se aplica cuando se desea obtener cueros finos, muy flexibles, delgados y suaves.

Después del curtido, el cuero se deja reposar para que el curtiente se fije mejor y para que se deshidrate hasta cierto punto. Este procedimiento se realiza en caballetes, apilando las pieles durante el tiempo que requieran, dependiendo de la humedad con que lleguen a esta etapa. Luego se llevan los cueros a un escurrido más exigente en una máquina escurridora, la cual posee un par de rodillos que giran a gran velocidad.

Luego del proceso de secado, el cuero debe ser ablandado para volver a conferirle el aspecto natural. Para lograr este objetivo se utilizan máquinas ablandadoras (Mollisas) que golpean con sus placas dentadas contra el cuero (del lado carne y flor simultáneamente)

produciendo el ablandado y estirándolo al mismo tiempo. Pueden utilizarse también furlones de Batanado para ablandarlos.

Según Kenia Escobar Cardoza en su blog titulado Proceso de elaboración del cuero publicado en el año 2014, históricamente el mayor uso dado al cuero natural es el de vestido y calzado. También se utilizó para primera materia prima de la fabricación de armas como escudos, constancia que se usara armaduras ligeras para vestir. También para las botas de calidad de los guerreros o aparejos para los caballos. Tuvo un fin militar a finales del siglo XX.

Cuero Vegetal

El cuero vegetal es un tipo de material alternativo al cuero animal, que se produce a partir de distintos componentes y desechos, siempre de origen vegetal, y que se torna como la alternativa más sostenible a las pieles de animales tradicionales, más allá de otros productos y materiales sintéticos.

Según blog de la página web estado crudo, publicado el 25 de noviembre de 2019 y titulado Cuero vegetal, una sorprendente innovación que cambiará nuestra forma de vestir, Uno de los ejemplos más conocidos es el conseguido por la diseñadora textil Carmen Hijosa, que ha investigado con las fibras obtenidas por los desechos de la piña para conseguir un material que se asemeja enormemente al cuero y que es lo que muchos consideran como uno de los cueros vegetales con mayor futuro. De hecho, desde su empresa Piñatex provee a cientos de empresas de todo el mundo.

Después de la cosecha de la piña, las hojas de las plantas adecuadas que quedan se recogen en manojos y las fibras largas se extraen con máquinas semiautomáticas. Las fibras se lavan y luego se secan de forma natural al sol, o durante la temporada de lluvias en hornos de

secado. Las fibras secas pasan por un proceso de purificación para eliminar las impurezas, lo que da como resultado un material similar a una pelusa. Esta fibra de hoja de piña similar a una pelusa (PALF) se mezcla con un ácido poliláctico (PLA) a base de maíz y se somete a un proceso mecánico para crear Piñafelt, una malla no tejida que forma la base de todas las colecciones de Piñatex.

Los rollos de Piñafelt se envían luego en barco desde Filipinas a España o Italia para un acabado especializado. Para hacer las colecciones Original, Pluma y Mineral, el Piñafelt se colorea con pigmentos certificados GOTS y se aplica una capa superior de resina para brindar resistencia, durabilidad y resistencia al agua adicionales. Se presiona con calor una lámina para crear la colección Metallic y se utiliza un revestimiento de transferencia de PU de alto sólido para crear Piñatex Performance. Piñatex es apto para su uso en moda, accesorios y tapicería y ha sido utilizado por más de 1000 marcas en todo el mundo, incluidas Hugo Boss, H&M y el Hilton Hotel Bankside.

Ilustración 1. Ciclo de vida del cuero vegetal



Nota: Esta imagen muestra el ciclo de vida de la hoja de la piña, siembra, procesamiento y desecho. Fuente: Piñatex, 2020, pág. 1 <https://www.ananas-anam.com/about-us/>

Según Piñatex, el cuero vegetal es un material que es completamente de la cuna a la cuna, sustituye al cuero que tiene un impacto ambiental y de bienestar muy fuerte, y genera nuevos ingresos arroyos a los agricultores de subsistencia permitiéndoles utilizar plenamente sus cultivos. La implementación de Piñatex tendrá beneficios sociales y ambientales de gran alcance. (Piñatex, s.f., pág. 1)

Teniendo en cuenta lo afirmado y la gran cantidad de cultivos existentes en Yopal, buscamos conocer la aceptación de los bolsos elaborados con cuero vegetal para determinar la viabilidad de la iniciativa.

Según Cámara de Comercio de Casanare, Un mecanismo que toma especial relevancia en la consolidación de la recuperación económica es la atracción de la inversión privada para Yopal. Por tal motivo, es importante desarrollar una estrategia integral que permita crear las condiciones propicias para que nuevos capitales y recursos lleguen a generar empleo, tributos, transferencia de conocimientos y dinámica económica en general (Arenas, 2020) . En conclusión, al conocer la percepción acerca de los bolsos elaborados a base de cuero vegetal se busca determinar si de esta forma la ciudad puede incursionar en este campo, para generar un aporte en el mercado local.

Según la (Ley 99 de 1993 ARTÍCULO 2.- EL MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, 1993) como organismo rector de la gestión del medio ambiente y de los recursos naturales renovables, encargado de impulsar una relación de respeto y armonía del hombre con la naturaleza y de definir, en los términos de la presente ley, las políticas y regulaciones a las que se sujetarán la recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento de los recursos naturales renovables y el medio ambiente de la Nación a fin de asegurar el desarrollo sostenible, por tanto es de gran importancia conocer que piensan los consumidores acerca de la incursión en el mercado de productos renovables que permitan brindar alternativas ante los procesos industriales que general mayor impacto ambiental.

Adicional cabe resaltar que desde generaciones pasadas el ser humano ha demostrado un gran interés por los accesorios de moda y los bolsos siempre están de primeras en los índices de venta en la industria de la marroquinería, tal como lo deja ver el informe del calzado y la marroquinería (Inexmoda, junio 2019),

Marco conceptual

Hoja de Piña

Conocida comúnmente como ananá o piña; es una planta herbácea Liliopsida perenne tropical, de la familia de las Bromeliáceas. Desde el punto de vista económico, es la especie más importante de esta familia, por lo que se la cultiva en muchos países tropicales y subtropicales.

Las hojas de la piña son largas (entre 50 y 150 cm de longitud), con forma de espada, lanceoladas, duras, fibrosas, envolventes, dispuestas en espiral alrededor del tallo, con bordes finamente dentados que pueden estar provistos de espinas o no, según la variedad.

El color de las hojas puede ser verde grisáceo claro u oscuro, aunque hay ciertas variedades cuyas hojas son coloreadas, mezcladas de rojo, amarillo, violeta, carnesí o plata. Tanto el haz como el envés de las hojas están cubiertos por una pelusa fina plateada que impide el paso de luz solar; además, poseen una cutícula gruesa que no permite la pérdida de humedad. (ZAMBRANO, 2017)

Fibra Vegetal

Los órganos, las secciones y las fibras de las plantas son denominados fibras vegetales, entonces en término técnico las fibras vegetales se pueden definir como todos los elementos estructurales que hacen parte de los tejidos orgánicos de las plantas, y constituyen su esqueleto.

Los factores que definen el nivel de consistencia de cada una de las fibras dependen del órgano o tejido del cual sean extraídos y del grado de unión entre ellos. La longitud y la forma de los cordones de fibras también varían dependiendo de esos mismos factores.

Fibras textiles: son largas, resistentes y finas, y son utilizadas para elaborar tejidos, cuerdas y redes. Entre ellas se pueden destacar el algodón y el lino. De acuerdo con los datos, los artesanos colombianos utilizan 114 especies de plantas para extraer fibras vegetales, de las cuales las más importantes son el algodón y el fique. Además de estas especies, las sociedades indígenas y campesinas de Colombia utilizan muchas otras especies para elaborar cestería y cordelería. (Artesanías de Colombia, 2014).

Marroquinería

Según el Sena en su página senasofiaplus.edu dice que la idea de marroquinería procede de marroquí. Este término, a su vez, alude a un cuero lustroso también denominado tafilete. La marroquinería es un arte curtido a lo largo de siglos consistente en trabajar el cuero en sus diferentes formas y usos. Este arte, de acuerdo con las tendencias de modas de cada época, conlleva a varios procesos de diseño, fabricación y producción que hacen que tenga una auténtica industria tras de sí.

Según la página ecured.cu/, Los primeros artículos de piel se empezaron a fabricar hace más de 8000 años en distintos territorios del planeta, especialmente Oriente Medio y África. Las técnicas rudimentarias de curtido evolucionaron y con el tiempo comenzó una actividad más sofisticada, la marroquinería. Esta creación artesanal se desarrolló plenamente en la Edad Media en el norte de África y en el sur de la península ibérica. Las piezas hechas de cuero repujado se pusieron de moda tanto en el mundo musulmán como en el cristiano.

La marroquinería ha sido utilizada desde tiempos inmemoriales por multitud de culturas debido a la utilidad que este material y los productos que se podían elaborar.

Desde la Prehistoria, el hombre comenzó a usar las pieles de los animales que cazaba para resguardarse del frío y la lluvia. Más tarde, en torno al año 6000 Antes de Cristo, se confeccionan bolsas, sandalias y cojines, todo tipo de artículos elaborados a partir de la piel y que se mantiene en la actualidad.

En determinadas regiones de África o Asia aún se pueden contemplar lugares donde el proceso de curtición aún se hace de la manera más artesanal, como se hacía hace siglos

Recursos Renovables

La primera característica que define qué son los recursos renovables es que se trata de un recurso natural, ya que son elementos que nos proporciona la naturaleza y no están alterados por la acción del ser humano, que no interviene en su producción.

Según la fundación Aquae los recursos se pueden regenerar de manera natural a una velocidad superior a las de su consumo. Pero se debe tener en cuenta que, si los recursos renovables son sobreexplotados por encima de su tasa de regeneración, estarán en peligro de agotarse y podrían convertirse con el paso del tiempo en no renovables.

Los recursos renovables no poseen siquiera viabilidad económica inmediata. Sin embargo, benefician notoriamente el medio ambiente evitando su contaminación. Por ende, se puede decir que su viabilidad económica es indirecta. En el caso de los recursos no renovables, ésta depende en gran medida de la escasez o demanda del producto en particular. (Uriarte, 2020)

Estudio de mercado

El estudio de mercado es la investigación que realizamos para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio. También, sirve

para hacer mejoras en los aspectos del proceso de ventas (precio, calidad o características del producto, distribución y publicidad) y así aumentar el número de clientes.

Medir y analizar el mercado da mejores resultados que basarse en suposiciones subjetivas de los gustos y características del público.

Un estudio de mercado puede hacerse de muchas formas, tiene diversas formas de segmentación y puede dividirse en primario o secundario. (Silva, 2020)

Al momento de realizar la investigación de mercado, se deben plantear los siguientes objetivos:

- Identificar necesidades y objetivos de los diferentes segmentos de mercado.
- Definir cuáles son los beneficios que los usuarios valoran más.
- Medir el posicionamiento de la marca en el público consumidor
- Comparar tus precios con los de la competencia.
- Estar consciente de las desventajas y limitaciones del producto.
- Definir el público meta. . (Silva, 2020)

El estudio de mercado, por tanto, se centra en conocer quiénes serán mis potenciales clientes, quienes pueden ofertar lo mismo que yo a estos (competencia), así como la situación económica, legal, que presenta dicho mercado en estos momentos. Estos asuntos, así como otros, son los asuntos en los que se enfoca el estudio del mercado. La disciplina que realiza dicha práctica es la economía, a través de la investigación de mercados.

Ilustración 2 Pasos un correcto análisis de mercado



Nota: En la imagen se observan los principales pasos para lograr un correcto estudio de mercado.

Fuente Questionpro, s.f. <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>

Si una idea de negocio no tiene un análisis de mercado, se arriesga a perder dinero con una serie de estrategias que no se adaptan al entorno y a las necesidades de los clientes potenciales, lo cierto es que se trata de una gran inversión que rinde buenos frutos cuando los estudios están bien elaborados, no obstante, siempre es bueno resaltar que un producto de excelente calidad rápidamente encuentra una buena demanda.

Comercialización

Según la página Deliverr en su blog publicado Cómo comercializar un producto de forma efectiva y 10 consejos para empezar, La comercialización de productos es cuando llevas un producto al mercado promocionándolo y vendiéndolo a los clientes. La comercialización efectiva de productos lleva eso un paso más allá al dirigirse a audiencias específicas y usar campañas estratégicas para impulsar la demanda y las ventas.

La comercialización de productos difiere de la comercialización convencional de comercio electrónico porque es mucho más estrecha en su enfoque. En lugar de promover su marca o una visión general de sus SKU, tiene que promover un producto de forma individual. El marketing de productos se concentra en un artículo o paquete específico, lo que requiere una comprensión profunda del producto, su posicionamiento y su público.

Dado que sus productos están en el centro de sus estrategias de ventas, marketing y desarrollo de productos, el marketing de productos es clave para el éxito de los tres.

Producto

El marketing establece que un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el consumidor percibe en el momento de la compra.

Los productos tienen un ciclo de vida. Cuando son lanzados al mercado, las empresas deben realizar grandes inversiones en publicidad para que la gente conozca el producto. Cuando éste alcanza el éxito, experimenta una fase de crecimiento. Después llega la etapa de madurez (la

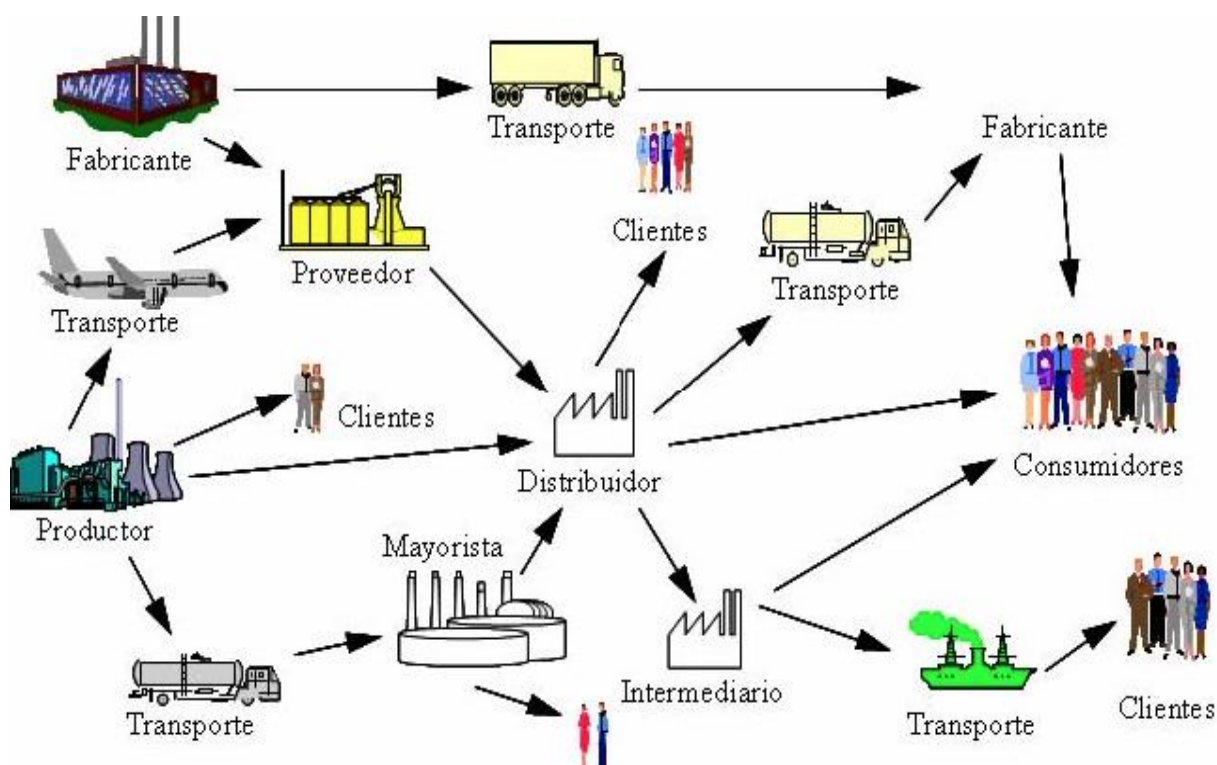
mayoría de los consumidores potenciales ya han comprado el producto) y, finalmente, la decadencia (la demanda se reduce al mínimo). (Porto & Gardey, 2021)

Plaza

La Plaza o distribución es otra de las famosas P's de la mezcla de mercadeo y se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto.

Para ello se debe elaborar todo un plan acorde a la necesidades y recursos con los que cuenta la empresa, los atributos del producto y cuál es el mercado meta que se pretende abarcar. (Vargas, 2015)

Ilustración 3 Estrategias de distribución



Nota: En esta imagen se muestra el movimiento que hay entre los diferentes grupos de interés para una correcta plaza o distribución (Vargas, 2015)

En la plaza es muy importante tomar en cuenta donde se encuentran los consumidores a los que quiere llegar y sus características como calles, colonias, avenidas, etc. Además de las diversas características sociodemográficas del perfil del cliente, los hábitos de compras y lo socioeconómico. Además, la empresa tiene que conocer de ante mano los recursos reales que tiene para la distribución del producto. Por ejemplo, invertir en una flota de camiones o contratar un intermediario que pueda trasladar la mercancía. (revho, pág. 1)

Promoción.

Según Víctor Coutinho en su blog publicado el día 01 de diciembre de 2017 llamado Qué es Promoción en la mezcla de mercadotecnia Algunos estudiosos de Publicidad y Marketing, como McCarthy y Perreault, definen la promoción como la acción de transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos.

Otros estudiosos, a su vez, como Stanton, Etzel y Walker, definen la promoción como todos los colores personales e impersonales de un vendedor al representante del vendedor para informar, persuadir y recordar a una audiencia objetivo.

En pocas palabras la promoción es la forma que encuentra el vendedor de comunicarse con el comprador y de esta manera dar a conocer información de interés, con el objetivo de interferir en el comportamiento de compra de los consumidores favoreciendo el producto o servicio que se esté ofertando.

Diseño metodológico

Tipo y enfoque de la investigación:

Este proyecto de investigación se realizará bajo el tipo de estudio cuantitativo, para lograr analizar la muestra de las encuestas que se van a aplicar en el mercado objetivo de forma que se logre llevar a cabo una medición de datos sistematizados. También se le dio un enfoque cualitativo debido al análisis que se debe desarrollar para lograr una correcta interpretación de las respuestas obtenidas en cada fase del proyecto.

Técnicas e Instrumentos para la recolección de la información:

Se proyecta una investigación descriptiva o estadística para obtener información por medio de encuestas con variables cuantitativas debido a que es la que abarca el conjunto de lineamientos, procedimientos y acciones que conlleven a una resolución satisfactoria, con el fin de conocer la percepción de las mujeres de Yopal frente al uso de bolsos fabricados a base de cuero vegetal.

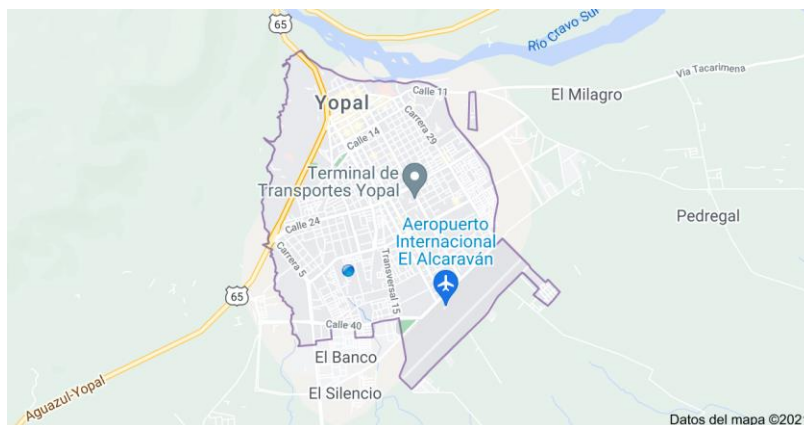
Fases de la investigación

- Fase 1: Análisis de investigación que permita delimitar la población objetivo y conocer los comportamientos de compra y la percepción frente al uso de productos fabricados con cuero vegetal.
- Fase 2: Análisis de competencia en el mercado local.
- Fase 3: Trabajo de campo para conocer el nivel de aceptación (aplicar la encuesta para la obtención de los resultados)
- Fase 4: Análisis de la información recolectada en la encuesta.
- Fase 5: Recomendaciones y conclusiones.

Población

Mujeres de la Ciudad de Yopal Casanare.

Ilustración 4. Mapa de la Ciudad de Yopal



Nota: En esta imagen se muestra el mapa de la ciudad que se desea encuestar. Fuente Google

<https://www.google.com/search?q=mapa+de+yopal&oq=mapa+de+&aqs=chrome.2.0i433j69i57j0j0i433j0j0i67i433j0j0i67i433j0i433l2.4156j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8#>

Tipo de muestreo

Se implementará el tipo de muestreo aleatorio simple en la población delimitada.

Tamaño de muestra.

Se tiene planeado aplicar la encuesta al 5% de las mujeres de la ciudad de Yopal que se encuentran en un rango de edad de 25 a 39 años y viven en cabecera de la ciudad.

Teniendo en cuenta que la cantidad de mujeres en la ciudad de Yopal según el último censo realizado en el año 2018 era de 157.940 resulta necesario delimitar un poco más la muestra para lograr realizar dicho estudio, por tanto, consideramos conveniente delimitar la población por edad siendo 25 años la edad seleccionada por temas de liquides, un joven adulto de 25 años en la mayoría de los casos cuenta con recursos y autonomía para elegir en que invertir su dinero. Luego de definir el rango inicial, se consideró conveniente seleccionar como rango final 39 años, puesto que la base de datos del DANE permite analizar esta población y la información que se

desea obtener son percepciones de los consumidores más recurrentes e impulsivos. El resultado obtenido es de 19.118 mujeres Yopalenses.

A continuación, se agrega tablas que sustentan la información de la población de Yopal obtenida de la página del DANE, dicha información se encuentra clasificada según el área geográfica de la ciudad y el lugar de residencia de los individuos censados.

Tabla 2. Población de Yopal.

POBLACIÓN DE YOPAL SEGÚN SU ZONA DE RESIDENCIA		
(CENSO 2018)		
Lugar de residencia	Cantidad de hombres	Cantidad de mujeres
Cabecera	129.988	136.702
Centro Poblado	6.944	6.698
Rural disperso	19.012	14.540

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de habitantes de la Ciudad de Yopal según su lugar de residencia. Censo realizado por el DANE en el año 2018 fuente: DANE, 2018: https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/85001_infografia.pdf

Tabla 3. Población de la cabecera de Yopal

POBLACIÓN DE YOPAL SEGÚN SU ZONA DE RESIDENCIA		
(CENSO 2018)		
Edades	Cantidad de hombres	Cantidad de mujeres
Cabecera		
0 a 4	5.301	5.240
5 a 9	5.717	5.394
10 a 14	5.874	5.868
15 a 19	6.293	6.152

20 a 24	6.293	6.601
25 a 29	5.987	6.720
30 a 34	5.815	6.441
35 a 39	5.313	5.957
40 a 44	4.597	5.021
45 a 49	3.919	4.154
50 a 54	3.235	3.407
55 a 59	2.337	2.499
60 a 64	1.695	1.841
65 a 69	1.053	1.140
70 a 74	692	769
75 a 79	452	501
80 a 84	268	357
85 y más	153	289

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de habitantes que se encuentran radicados en la cabecera de la Ciudad de Yopal, según el último Censo realizado por el DANE en el año 2018.

Fuente: DANE, 2018: https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/85001_infografia.pdf

El total de las mujeres Yopalences que se encuentran en el rango de edad seleccionada son: 19.118 teniendo en cuenta que solo vamos a aplicar la encuesta a el 5% de esta población se concluye que la muestra será de 956 mujeres.

Adicional se considera determinante delimitar la población pues en la ciudad de Yopal según el último censo (DANE, 2018) se evidencia un reporte de 78.972 mujeres; teniendo cuanta

el tiempo en el que se va a desarrollar el estudio de mercado (4 meses) y la cantidad de integrantes del proyecto de investigación (2 personas), no es viable entrevistar a estas 78.972 mujeres.

Por tanto, se decidió delimitar un poco más la población y trabajar únicamente con las mujeres que se encuentran en un rango de edad de 25 a 50 años, debido a que la gran mayoría de las mujeres seleccionadas cuentan con ingresos mensuales y una visión más amplia de los impactos ambientales, esto nos permitirá obtener resultados más confiables al aplicar la muestra. Se considera conveniente encuestar únicamente a las mujeres que pertenecen a los estratos 3, 4, 5, y 6, debido a que las mujeres de estrato alto son las que más utilizan bolsos fabricados con cuero animal por el costo que representan y el estudio de mercado busca conocer la acogida que puede tener el cuero vegetal en el mercado. La muestra será aplicada al 10% de la población delimitada para dar cumplimiento con el tiempo del proyecto establecido.

Desarrollo de cada objetivo

Contextualizar el tema de los productos elaborados a partir del cuero vegetal extraído de las hojas residuales de los cultivos de piña

La idea de plantear este diagnóstico es demostrar la problemática que se presenta a nivel mundial por la comercialización del cuero de animales para la realización de productos para el uso personal tanto en hombres como en mujeres.

Esto ha ocasionado la muerte indiscriminada de especies de animales, en especial aquellas exóticas que por su belleza natural son más llamativas para la realización de estos productos cosméticos; pasa que hay especies que han empezado a extinguirse y en algunas ya se ha demostrado su completa desaparición.

Además, este producto no sólo es más ecológico y sostenible que el cuero (contamina un 20% menos que este), ya que no se requiere del uso de más agua ni fertilizantes o pesticidas para producir las fibras a partir de las hojas de piña, sino que además es mucho más económico. Se trata de un tejido fuerte, versátil, transpirable, suave, ligero y flexible que se puede utilizar para producir zapatos, bolsas, cintas y sombreros. (Ananas-anam, 2020)

Los desechos producidos en el proceso de transformación representan un 5 % de la materia de base, en contra de un 25 % para el cuero animal. Los desechos de la materia vegetal se transforman en biogaz y abono orgánico destinados a los agricultores locales. Se estima que la producción de este cuero contamina un 20% menos que la producción del cuero animal. (Ananas-anam, 2020)

El tejido se produce aprovechando las hojas de las piñas en el proceso de cosecha, un desecho que necesita ser eliminado. En los cultivos de piña las hojas suelen quedar en el piso o

pueden ser aprovechadas para crear fertilizantes orgánicos. Este desecho puede ser valorizado para producir un cuero natural en una óptica de economía circular, ahorrando costos medioambientales y aportando beneficios a la economía local. (ananas-anam, 2020, pág. 1).

Ilustración 5 Economía circular



Nota: Valores de la economía circular según Piñatex,

Fuente: ananas-anam, 2020: <https://www.ananas-anam.com/responsibility/>

Siendo así se quiere plantear el uso del cuero de la hoja de la piña aprovechando que no se realizaría ningún daño a la naturaleza, por el contrario, se estaría aprovechando un recurso para darle una segunda utilidad. la empresa Piñatex, pionera en la elaboración y comercialización de estos productos tiene una gran variedad que indica la gran aceptación por parte de la comunidad a nivel mundial:

Calzado: Transpirable, moldeable, duradero: una elección natural para los zapatos.

Ilustración 6 Zapatos a base de cuero de hoja de la piña



Nota: variedad de productos ofrecidos por Piñatex

Fuente: ananas-anam s, f: <https://www.ananas-anam.com/products-2/>

Bolsas y accesorios: Fuerte y ligero con una textura única: una opción llamativa para bolsos y accesorios.

Ilustración 7 Bolso a base de cuero de hoja de la piña



Nota: variedad de productos ofrecidos por Piñatex

Fuente: ananas-anam s, f: <https://www.ananas-anam.com/products-2/>

Moda: Flexible, escultural y libre de crueldad, perfecto para clásicos conscientes y estilos innovadores.

Ilustración 8 Ropa a base de cuero de hoja de la piña



Nota: variedad de productos ofrecidos por Piñatex

Fuente: ananas-anam s, f: <https://www.ananas-anam.com/products-2/>

Mobiliario: Resistente, versátil y táctil: un enfoque ecológico para la tapicería de interiores.

Ilustración 9 Mobiliario a base de cuero de hoja de la piña



Nota: variedad de productos ofrecidos por Piñatex

Fuente: ananas-anam s, f: <https://www.ananas-anam.com/products-2/>

Es importante informarse bien de que están fabricadas las marcas que adquirimos y como es el proceso de elaboración y testeo. De esta manera no se corre riesgo de engaño y equivocaciones. es por esto necesario destacar las diferencias de los cueros que se ofrecen en el mercado y el impacto que estos tienen en el medio ambiente ya sea positiva o negativamente;

Tabla 4 Cuadro comparativo

CUERO VEGETAL	OTROS CUEROS
<ul style="list-style-type: none"> • No se requieren recursos ambientales adicionales para la materia prima. • No hay productos químicos en la lista de Cradle2cradle de sustancias prohibidas utilizadas en la producción • Producción de circuito cerrado: la biomasa residual de las hojas se utiliza como fertilizante natural / biocombustible. • La malla no tejida es biodegradable. • Los materiales sintéticos tardan muchos años en degradarse y liberar toxinas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso intensivo de recursos que incluyen tierra, agua, alimentos y combustible • Los productos químicos tóxicos utilizados en el bronceado y la producción tienen un impacto perjudicial en la salud y el medio ambiente. • Gran masa residual del proceso de curtido • Los materiales sintéticos tardan muchos años en degradarse y liberar toxinas. • Los materiales sintéticos tardan muchos años en degradarse y liberar toxinas.

Nota: Diferencia entre el uso del cuero vegetal extraído a partir del cuero de la hoja de la piña y otros tipos de cuero. Fuente:

Ananas-anam 2020: <https://www.ananas-anam.com/products-2/>

Es por esto por lo que este tipo de alternativas podría ayudar a la gestión de residuos orgánicos en un país, por ejemplo, usar las hojas que se desechan y que son emitidas por los agricultores, mercados y los mismos hogares. A parte que es totalmente libre de sustancias nocivas al momento de elaborarlas al compararlas con los cueros de animales que usan cromo y contaminan principalmente los recursos hídricos.

- **Análisis de la competencia directa que existe actualmente para los productos elaborados a partir del cuero vegetal**

Luego de analizar el mercado en la ciudad de Yopal, se puede decir que en este territorio no se ha explotado esta línea de productos, solo existen algunas microempresas o emprendedores que fabrican productos tejidos con materiales derivados del reino vegetal, sin embargo, bolsos a base de cuero vegetal con un proceso establecido no se comercializan en la actualidad.

Por tanto, la competencia identificada para el proyecto de bolsos a base del cuero de la hoja de piña son comerciantes locales, artesanos, medianas y grandes empresas dedicadas a la fabricación de bolsos de diversos materiales las cuales son:

- Cueros Hazard
- BAC Bolsos y Accesorios Colombianos
- Cueros y marroquinería.
- Kogui – bolsos y accesorios.
- Macoly
- Vélez
- Macueros
- Bolsos Mei.
- Moiss
- LII MILENIO.
- Artesanos colombianos.

Estas empresas cuentan con una gran trayectoria en el mercado, sin embargo, nuestra idea de negocio cuenta con objetivos diferentes, aunque la meta es obtener el reconocimiento y fidelización por parte de los clientes el objetivo es contribuir con la preservación del medio

ambiente y de la fauna silvestre; por ende, contamos con un punto de referencia y un plus que nos permitirá diferenciarnos de la competencia e imponer nuestra propia marca.

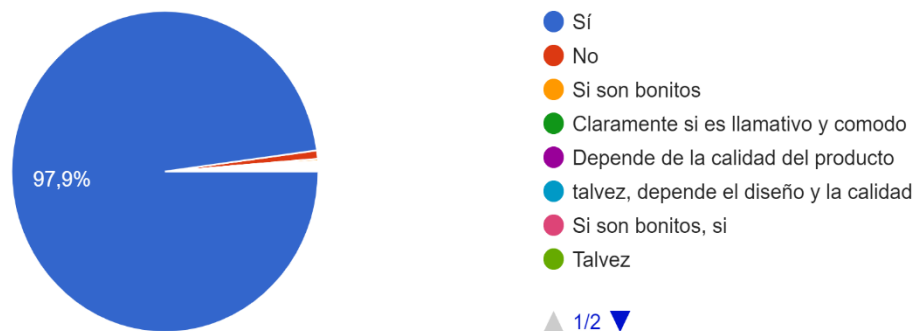
- **Conocer el nivel de aceptación y demanda por parte de la población segmento de estudio. Frente a la adquisición de productos elaborados a partir del cuero vegetal.**

El nivel de aceptación de la población de Yopal es del 97,9% según el análisis realizado a la pregunta ¿Usted cómo comprador adquiriría productos elaborados con cuero vegetal? Se entiende que solo el 0,8 % de las 947 mujeres encuestadas son determinantes al indicar que no se darían la oportunidad conocer los productos fabricados con cuero vegetal, mientras que el 1,3% de las encuestadas, aunque no son enfáticas en indicar que si adquirirían los productos, dejan abierta la posibilidad y el resultado final depende de la calidad que demuestran los productos y de la variedad de diseños que se vayan a comercializar.

Anexo A. 5° Pregunta.

¿Usted cómo comprador adquiriría productos elaborados con cuero vegetal?

947 respuestas



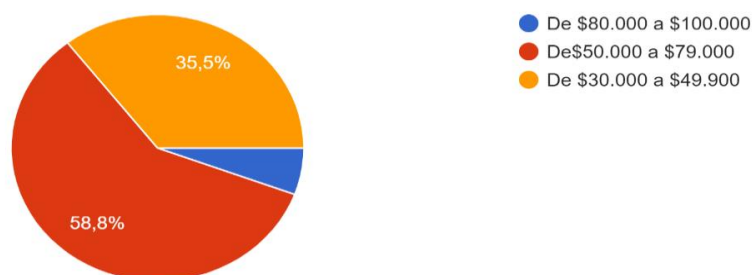
También se fortalecen los argumentos mencionando el apoyo que la población encuestada le está brindando a los productos fabricados con materiales amigables con el medio

ambiente y a la aceptación que la iniciativa tiene en Yopal por parte de las mujeres, se espera que este proyecto se pueda llevar a cabo en el futuro, puesto que los resultados de este diagnóstico nos permiten afirmar que la percepción de la población sujeto de estudio es favorable y la iniciativa es viable para el territorio.

- **Identificar el precio promedio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por adquirir este tipo de bolsos.**

Anexo B. 7° Pregunta.

¿Cuánto está dispuesto a pagar por un bolso elaborado con cuero vegetal?
954 respuestas



Se recopilieron datos de los encuestados, entre los cuales se realizaron ciertas preguntas, como la edad, la cantidad de bolsos comprados en el año, el punto de vista frente al uso del cuero vegetal para la fabricación de los bolsos, el precio que estaría dispuesto a pagar por los mismos, entre otras.

El tamaño de la muestra fue de 954 encuestados, de los cuales el 100% son mujeres de la ciudad de Yopal.

Entre las mujeres encuestadas se encontró que el 58,8% estaría dispuesto a pagar de \$50.000 a \$79.000, seguidas por un 35,5% dispuesta a pagar entre \$30.000 y \$49.000 y una minoría pagaría de \$80.000 a \$100.000. Se evidencia que el precio es un factor que influye mucho en la

adquisición del producto ya que se nota que el 58,8% de nuestras encuestadas nos dice que estarían dispuestas a pagar un valor que es accesible para diferentes tipos de mujeres.

Hay que tener en cuenta que fabricar un bolso con este tipo de materiales es un proceso que requiere mucha calidad y precisión a la hora darle finos detalles. Si el trabajo de los colaboradores está adecuadamente retribuido y los materiales son de buena calidad teniendo en cuenta todos los procesos que hay que hacer para llegar al producto final, el precio de venta no puede ser mucho menor al de las grandes cadenas que ofrecen otros tipos de materiales, por tanto la idea de este diagnóstico y teniendo en cuenta la respuesta de la gran mayoría, es importante que se fabriquen bolsos de acuerdo a las capacidades económicas de la clase media con el fin de garantizar no solo una gran acogida por el público si no también una rentabilidad financiera que aporte tanto al crecimiento como al reconocimiento de cualquier empresa que decida incursionar en el mundo de la marroquinería a base del cuero extraído de la hoja de la piña.

Recomendaciones

Como estudiantes próximas a ser egresadas del programa de administración de empresas, queremos recomendar a los estudiantes, programa académico ECACEN y a la universidad en general sobre la importancia de seguir realizando este tipo de diagnósticos que inicialmente permiten conocer la percepción que tienen las personas referente al tipo de investigación que sea que realicen, debido a que esto permite que profundicen los conocimientos adquiridos en el transcurso del desarrollo académico como lo es saber realizar un correcto planteamiento de problemas y partiendo de ahí lograr dejar un buen estudio de mercado que le proporcione a la UNAD o a otras instituciones una consulta general para los futuros profesionales.

Dentro de un diagnóstico como lo fue éste, siempre se desea que haya una mejora continua del mismo; por lo tanto se recomienda a las personas interesadas en consultar este trabajo y que tengan interés en este tipo de proyectos, la complementación de las investigaciones a mayor profundidad quizá con un tipo de población y muestra más amplia donde se identifique no solo en Yopal si no en más municipios del departamento la percepción de este tipo de material para la fabricación y comercialización de bolsos a base del cuero de la hoja de la piña.

Conclusiones

Este proyecto nos permitió realizar un diagnóstico acerca de la percepción que tienen las mujeres de la ciudad de Yopal frente al uso del cuero vegetal y el apoyo que le brindan a los productos amigables con el medio ambiente. Nuestra idea inicial era conocer cuál era la postura de esta población y los principales aspectos que evaluaban a la hora de adquirir un bolso, también nos parecía indispensable conocer de primera mano, que tanto se fijaban los consumidores en el impacto ambiental que la industria de la marroquinería está causando en los ecosistemas.

Gracias a este proyecto logramos conocer posturas concretas frente a las prácticas que se han venido desarrollando durante décadas y frente a las diferentes oportunidades de innovación que existen en el mercado, pues encontramos que en este territorio no se ha incursionado en la producción de cueros vegetales, sin embargo, los consumidores sí aprueban y apoyan estas iniciativas, manifestando que nuestro planeta necesita que seamos más responsables con nuestras prácticas y estilos de vida, lo cual quiere decir que vale la pena avanzar con este proyecto.

Es necesario mencionar que toda indagación requiere una capacidad de compromiso para poder plasmar de una manera coherente y analítica cada una de las investigaciones que se realizan, y especialmente como en este caso que se realizó un diagnóstico del mercado donde se identificó la percepción de una población en específico de un producto que notablemente en el mercado sería un gran éxito. Por tanto, es tan ineludible comprender que por medio del trabajo en campo y de la interacción con la población en estudio que se logran unos excelentes resultados basados en el compromiso y la dedicación a la hora de buscar datos concretos.

Bibliografía

- Ananas-anam. (2020). Recuperado el 2021, de <https://www.ananas-anam.com/responsibility/>
- Ananas-anam. (2020). *Piñatex*. Recuperado el 27 de 07 de 2021, de <https://www.ananas-anam.com/>
- Aquae Fundación. (s.f.). *Aquae Fundación*. Obtenido de Aquae Fundación: <https://www.fundacionaquae.org/que-son-recursos-renovables/>
- Arenas, C. R. (Enero de 2020). Recuperado el 17 de Abril de 2021, de <https://www.cccasanare.co/wp-content/uploads/2020/03/Estudios-econ%C3%B3micos-vigencia-2019-1.pdf>
- Artesanías de Colombia. (02 de Abril de 2014). *Artesanías de Colombia*. Obtenido de Artesanías de Colombia: https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/fibras-vegetales-elemento-basico-de-las-artesanias_5079
- ASOCIACIÓN DEFENSA DERECHOS ANIMAL ONG ADDA. (s.f.). Recuperado el septiembre de 2020, de ASOCIACIÓN DEFENSA DERECHOS ANIMAL ONG ADDA: <https://www.addaong.org/es/que-denunciamos/cria-y-caza-de-animales-para-lucir-su-piel/>
- Ayala Mite, S. M., & Zúñiga Mite, J. (09 de 2017). ANÁLISIS FINANCIERO PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/24179/1/TESIS%20CUERO%20DE%20PI%C3%91A.pdf>
- BRASS, C. (s.f.). *Piñatex*. Recuperado el 17 de Abril de 2021, de Piñatex: [ananas-anam.com](https://www.ananas-anam.com)

Camara de Comercio de Casanare. (2020). *Informe de Estudios Economicos 2020*. Yopal.

Obtenido de <https://www.cccasanare.co/wp-content/uploads/2020/03/Estudios-econ%C3%B3micos-vigencia-2019-1.pdf>

Cardoza, k. E. (01 de Diciembre de 2014). *UDEM: PRODUCCIONES DIGITALES*. Obtenido de

<https://udemdisenodigital.wordpress.com/2014/12/01/proceso-de-elaboracion-del-cuero/#:~:text=La%20palabra%20cuero%20proviene%20del,los%20animales%20despu%C3%A9s%20del%20curtido.&text=Artificial%3A%20tejido%20o%20acabado%20que,la%20piel%20de%20los%20animal>

Coutinho, V. (1 de 12 de 2017). *Rockcontent*. Obtenido de

<https://rockcontent.com/es/blog/promocion-en-el-marketing/>

DANE. (2018). Obtenido de

https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/85001_infografia.pdf

Diario Veterinario. (07 de Octubre de 2019). *Consecuencias de la caza furtiva de fauna salvaje*.

Obtenido de <https://www.diarioveterinario.com/t/1589782/consecuencias-caza-furtiva-fauna-salvaje>

EcuRed. (s.f.). *EcuRed*. Obtenido de EcuRed: <https://www.ecured.cu/Marroquiner%C3%ADa>

En Estado Crudo. (25 de NOVIEMBRE de 2019). *En estado crudo*. Recuperado el 02 de 07 de

2021, de <https://www.enestadocrudo.com/cuero-vegetal/>

Google . (s.f.). *Google Maps*. Obtenido de Mapa de Yopal Casanare. :

<https://www.google.com/search?q=mapa+de+yopal&oq=mapa+de+&aqs=chrome.2.0i43>

3j69i57j0j0i433j0j0i67i433j0j0i67i433j0i433l2.4156j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8#

intersynergia. (2019). *intersynergia*. Obtenido de <https://intersynergia.com/las-diez-mejores-pieles-vegetales/>

Krakaris, M. (2021). *Deliverr*. Obtenido de <https://deliverr.com/es/blog/effective-product-marketing/>

Ley 99 de 1993 ARTÍCULO 2.- “EL MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE. (1993).

Obtenido de <http://www.humboldt.org.co/images/documentos/pdf/Normativo/1993-12-22-ley-99-crea-el-sina-y-mma.pdf>

Minagricultura. (22 de 05 de 2018). Obtenido de

<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Producci%C3%B3n-de-pi%C3%B1a-llegar%C3%ADa-a-m%C3%A1s-950-mil-toneladas-en-2018,-calcula-MinAgricultura-.aspx#:~:text=La%20zona%20de%20Santander%20y,31%2C5%20toneladas%20por%20hect%C3%A1rea.>

Piñatex . (s.f.). *Ananas-anam.com* . Obtenido de <https://www.ananas-anam.com/>

Piñatex. (2020). *Ananas Anam*. Recuperado el 17 de Abril de 2021, de Ananas Anam:

<https://www.ananas-anam.com/about-us/>

Piñatex. (2020). *Piñatex*. Obtenido de <https://www.ananas-anam.com/responsibility/>

Piñatex. (s.f.). *Piñatex*. Obtenido de Piñatex: <https://www.ananas-anam.com/products-2/>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2021). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/producto/>

Preciado Barrantes, F. L., & Díaz Fonseca, G. (02 de 2019). *Universidad Distrital Francisco Jose de caldad*. Recuperado el 18 de 07 de 2021, de

<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/14557/DiazFonsecaGerm%C3%A1nDavid2018.pdf?sequence=1>

Questionpro. (s.f.). *Questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>

revho. (s.f.). Las 5Ps Del Marketing: Plaza. *Las 5Ps Del Marketing: Plaza*. Obtenido de <https://www.revho.com/es/las-5ps-del-marketing-plaza/#respond>

SENA. (s.f.). *SENA*. Obtenido de <https://www.senasofiaplusedu.com.co/tecnico-sena-en-marroquineria/>

Silva, E. D. (2020). *Magenta Branding & planificación*. Obtenido de Magenta Branding & planificación: <https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/>

Uriarte, J. M. (2020). *Recursos renovables y no renovables*. Obtenido de Recursos renovables y no renovables : <https://www.caracteristicas.co/recursos-renovables-y-no-renovables/>

Vargas, G. V. (19 de Septiembre de 2015). Marketing Puro. *Diversas Perspectivas del Marketing*. Obtenido de Marketing Puro: <https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html>

ZAMBRANO, D. P. (21 de Noviembre de 2017). *Naturaleza paradais*. Obtenido de Naturaleza paradais: <https://naturaleza.paradais-sphynx.com/plantas/tipos-de-frutas/pina-propiedades-ananas->

comosus.htm#:~:text=Las%20hojas%20de%20la%20pi%C3%B1a,o%20no%2C%20seg
%C3%BA%20la%20variedad.

Anexos

Anexo C. Encuesta.



Bolsos de Cuero Vegetal

¡Queremos conocer su punto de vista!
Mediante la aplicación de esta encuesta se busca conocer la aceptación que las mujeres de Yopal les brindan a los productos elaborados con cuero vegetal y su percepción frente a los productos ecológicos.

Edad.

Tu respuesta

Nombre Completo

Tu respuesta

¿Considera que fabricar bolsos a base de cuero vegetal, extraído de la hoja de la piña, es una iniciativa viable?

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vez

¿Considera que el cuero vegetal puede sustituir el cuero animal?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Otro: _____

¿Está de acuerdo con la compra y venta de productos amigables con el medio ambiente?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ mas o menos.

¿Considera adecuada la implementación de esta idea de negocio en el mercado local?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Otro: _____

¿Usted cómo comprador adquiriría productos elaborados con cuero vegetal?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Otro: _____

Indique su percepción frente a la calidad de un bolso de cuero vegetal, siendo 0 baja calidad y 5 alta calidad

0	1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Cuánto está dispuesto a pagar por un bolso elaborado con cuero vegetal?

- ☐ De \$80.000 a \$100.000
- ☐ De \$50.000 a \$79.000
- ☐ De \$30.000 a \$49.900

¿Cuántos bolsos adquiere aproximadamente en el año?

- ☐ De uno a tres
- ☐ De cuatro a seis
- ☐ De siete a diez

¿Que es lo primero que mira al comprar un bolso?

- ☐ La marca
- ☐ El precio
- ☐ El diseño
- ☐ La calidad de los materiales con los que fue fabricado.
- ☐ Otro: _____

¿Cuál es su punto de vista frente al uso de cuero animal en la marroquinería?

☐ No lo aprueba
☐ Le gusta adquirirlo
☐ Le es indiferente
☐ No sabe, no opina
☐ Otro: _____

Enviar

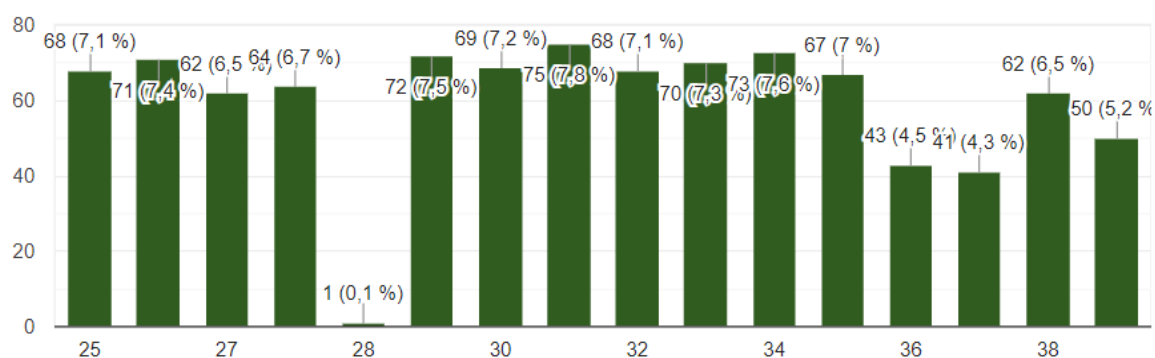
Página 1 de 1

Anexo D. Gráfico de las edades de las Mujeres de Yopal encuestadas.

Edad.



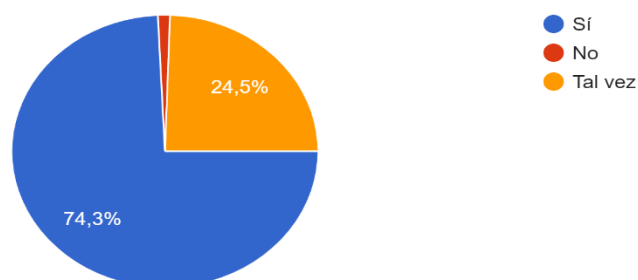
956 respuestas



Anexo E. 1° Pregunta.

¿Considera que fabricar bolsos a base de cuero vegetal, extraído de la hoja de la piña, es una iniciativa viable?

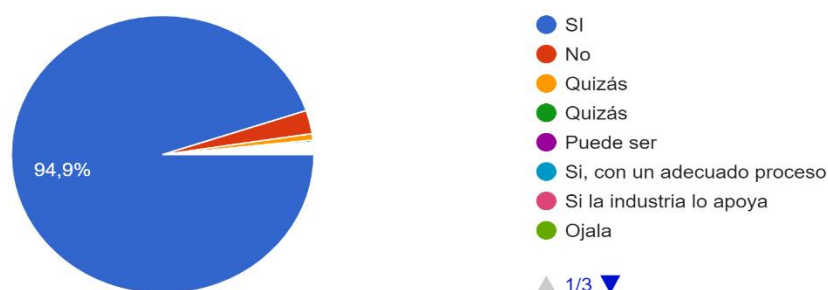
952 respuestas



Anexo F. 2º Pregunta.

¿Considera que el cuero vegetal puede sustituir el cuero animal?

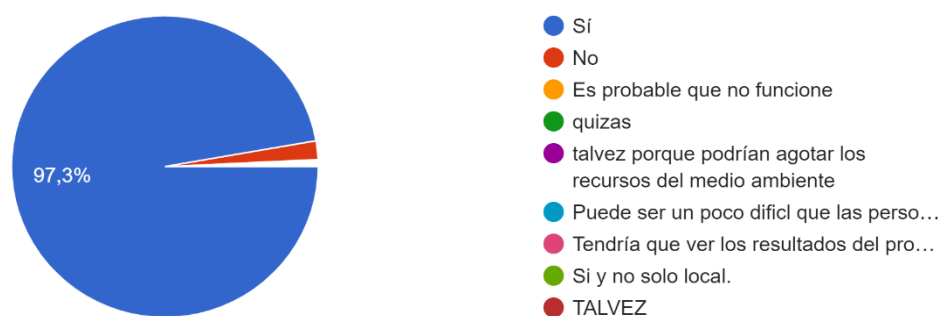
956 respuestas



Anexo G.3º Pregunta.

¿Considera adecuada la implementación de esta idea de negocio en el mercado local?

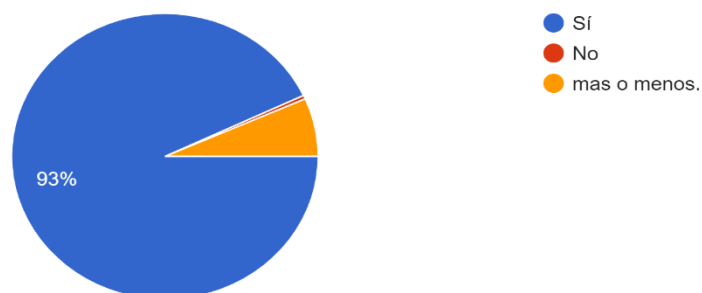
946 respuestas



Anexo H.4° Pregunta.

¿Está de acuerdo con la compra y venta de productos amigables con el medio ambiente?

953 respuestas



Anexo I. 5° Pregunta.

¿Usted cómo comprador adquiriría productos elaborados con cuero vegetal?

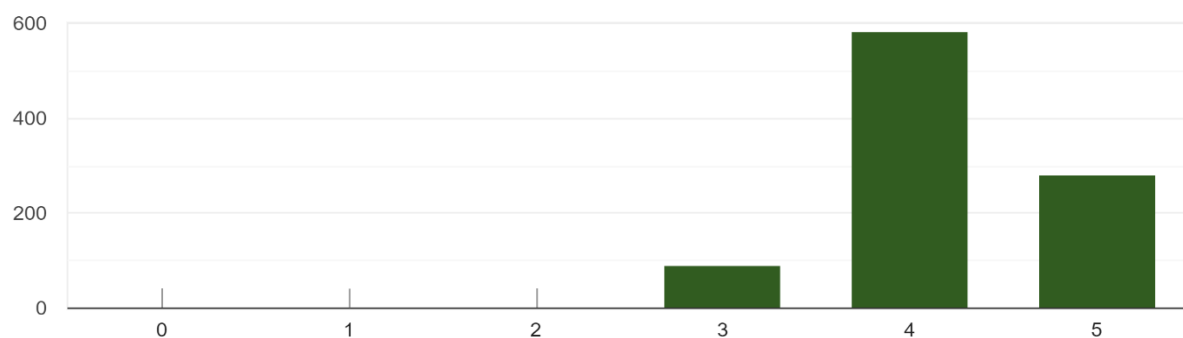
947 respuestas



Anexo J. 6° Pregunta.

Indique su percepción frente a la calidad de un bolso de cuero vegetal, siendo 0 baja calidad y 5 alta calidad

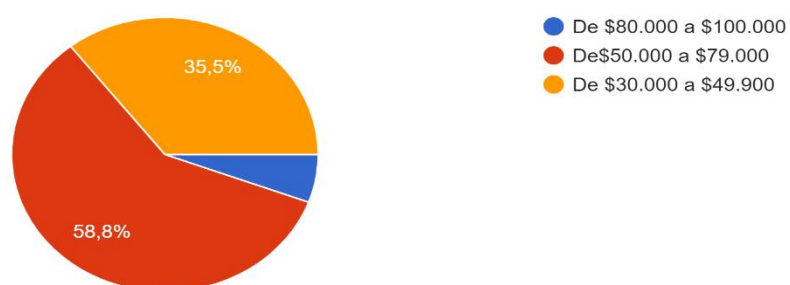
956 respuestas



Anexo K. 7° Pregunta.

¿Cuánto está dispuesto a pagar por un bolso elaborado con cuero vegetal?

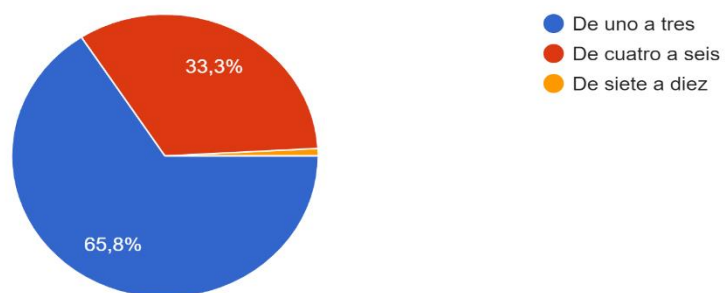
954 respuestas



Anexo L. 8° Pregunta.

¿Cuántos bolsos adquiere aproximadamente en el año?

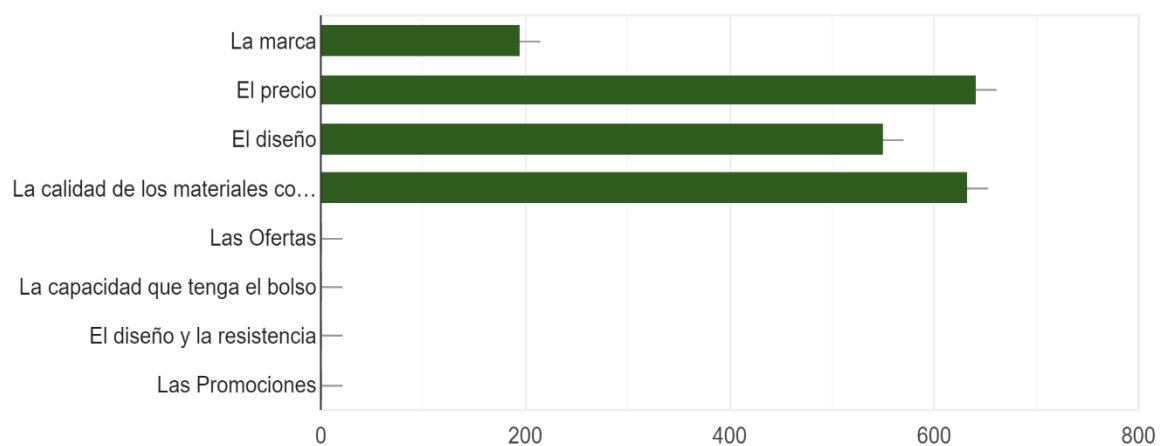
948 respuestas



Anexo M. 9° Pregunta.

¿Que es lo primero que mira al comprar un bolso?

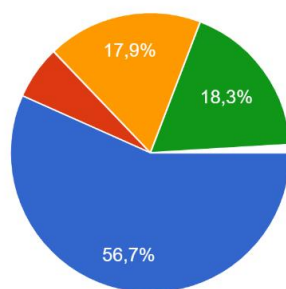
953 respuestas



Anexo N. 10° Pregunta.

¿Cuál es su punto de vista frente al uso de cuero animal en la marroquinería?

953 respuestas



- No lo aprueba
- Le gusta adquirirlo
- Le es indiferente
- No sabe, no opina
- Los adquiero por la calidad, pero esto...
- No me parece lo mas adecuado pero l...
- Se que no esta bien, pero el cuero rep...
- No lo apruebo pero es claro que el cu...

▲ 1/2 ▼